

An illustration of a business meeting. On the left, a man in an orange shirt sits at a desk with a laptop. On the right, a man in a brown suit and green shirt sits in a chair, gesturing with his hands. A large, expressive blue brushstroke with white highlights is drawn across the center of the image, partially obscuring the background. The background is a warm orange color with stylized geometric shapes representing a room.

発注者が商談時に

重要視している

2つのこと

はじめに



「決裁者と直接商談をし、契約を取りたい。」
BtoBの商材やサービスを扱う企業の方であれば、
誰しも考えていることではないでしょうか。

一方で、

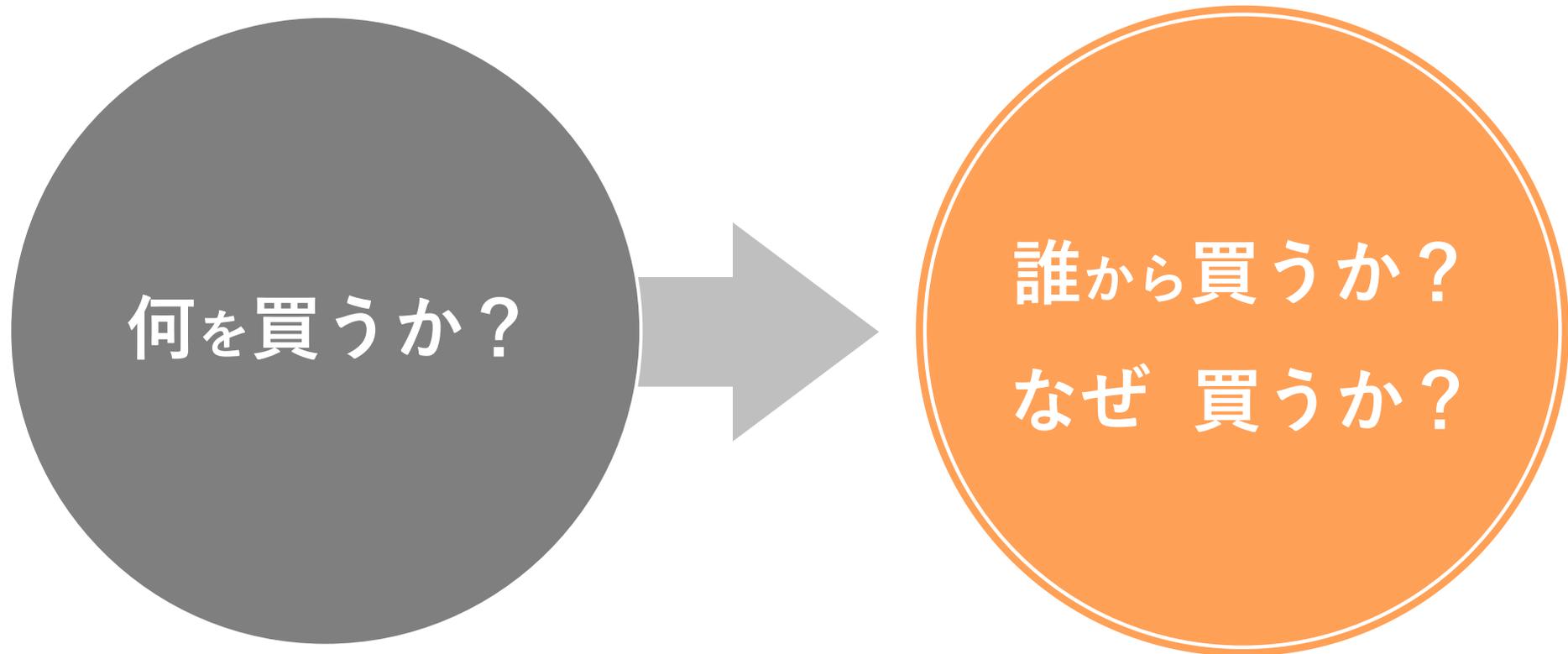
「担当者商談と、どのような点を変えたらいいのかわからない。」
「担当者の方との商談は上手くいっていたのに、
決裁者との商談で断れてしまった。」

という方も多いのではないのでしょうか？

そこで本資料では、決裁者同士のマッチングを
年間1万件以上創出しているオンリーストーリーが
「決裁者が商談時に重要視している2つのこと」についてお話しします。

結論

結論、決裁者は「何を買うか」ではなく、「**誰から買うか**」「**なぜ買うか**」を重視します。
そのため以降のページでは、どのような人が決裁者商談で結果を出せるのか？
どのような商談をすれば意味を感じてもらえるのか？をご紹介します。



1. どのような人が
決裁者商談で結果を出せるのか？



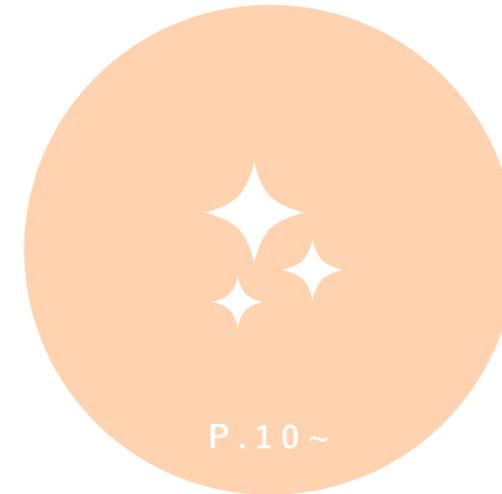
2. どのような商談をすれば
意味を感じてもらえるのか？



1. どのような人が
決裁者商談で結果を出せるのか？



2. どのような商談をすれば
意味を感じてもらえるのか？



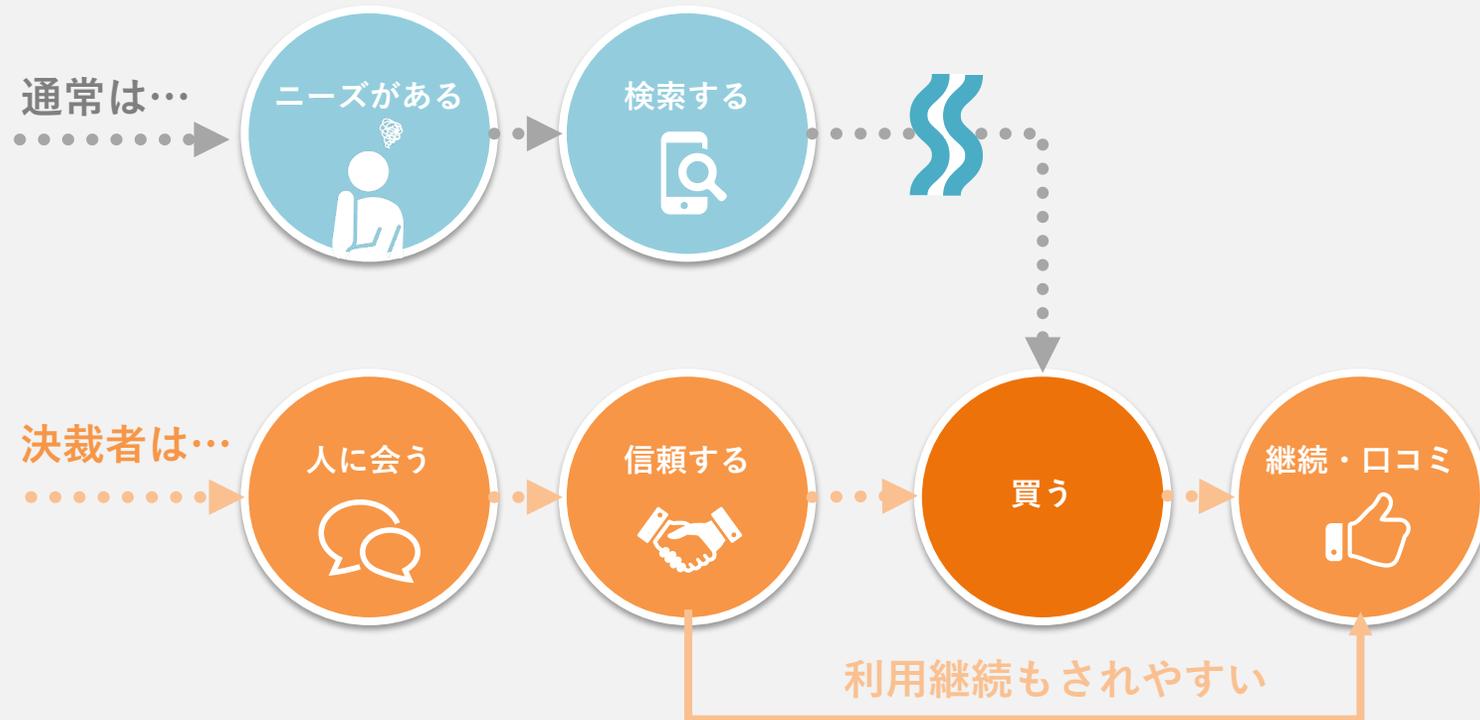
1.どのような人が決裁者商談で結果を出せるのか？

「**決裁者は「信頼」できる人から買う**」

決裁者は通常とは異なり、以下のような購買フローを辿ることが多いです。

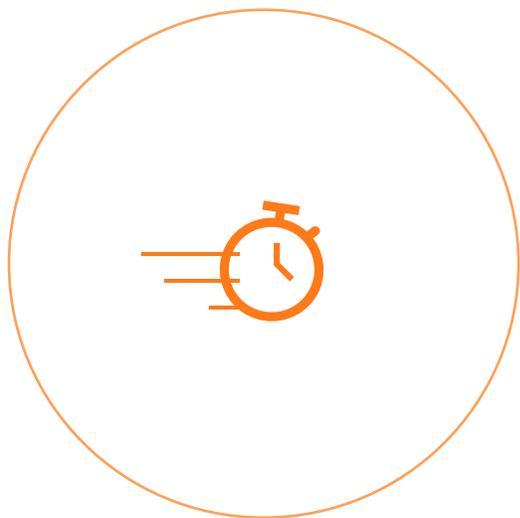
ここで重要なポイントは、決裁者は出会った人を「信頼」してから、購買することです。

決裁者商談は、信頼を勝ち取ることを意識して臨みましょう。

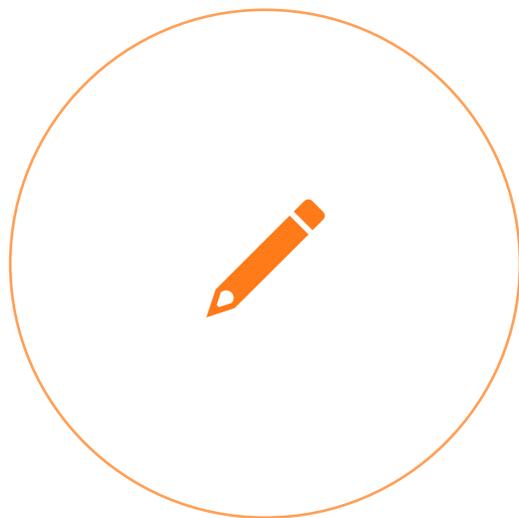


どのような人が「信頼」を勝ち取るのか？

以下の3つの特徴を持つ人は決裁者から信頼される傾向があります。



速いスピードを持っている



知識が豊富



熱意がある

信頼を勝ち取るために押さえておくべき項目



事前に当日使用する資料を共有する
共有した資料に目を通してもらうようお願いをしましょう。



相手にとって最も連絡が取りやすいツールを聞く

(例)



メール



チャットワーク



スラック



メッセージャー



商談中に発生したタスクは持ち帰らず、その場で完了させる



商談のアジェンダを設計する

商談当日は事前に共有した提案内容の要点を説明し、相手の質問に答える時間を取るよう設計しましょう。

信頼を勝ち取るために押さえておくべき項目



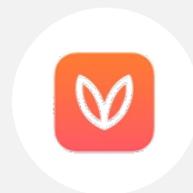
様々な業界に関する勉強をして、知識を身につける
手軽に情報収集ができるおすすめメディア



[NewsPicks](#)



[テレ東BIZ](#)



[Voicy](#)



[Strainer](#)



相手から連絡が来ない時でも、率先してGIVE(=相手が喜ぶこと)行動をとる
(例)



顧客を紹介する



相手のSNSの投稿をシェアする



会社の設立記念日にお祝いの連絡をする

1. どのような人が
決裁者商談で結果を出せるのか？



2. どのような商談をすれば
意味を感じてもらえるのか？



2. どのような商談をすれば意味を感じてもらえるのか？

「**決裁者は「オーダーメイド提案」で意味を感じる**」

決裁者は課題解決のために購買をします。つまり、サービスの説明が聞きたい訳でなく、サービスがどのようにして課題解決ができるのかを聞きたいと思っています。

そのため、課題がどのようにして解決できるのかを提案資料に記載し**オーダーメイドの提案をしましょう。**

サービスの説明をする

課題解決策を提案する

2. オーダメイド提案のために押さえておくべき項目



事前に相手の情報を調べる

(例)



ホームページ



SNS



取材記事



著書



事前に本人にヒアリングを行う

箇条書きで要点だけを端的にまとめて行くと、忙しい決裁者も回答しやすくなります。



紹介経由で商談化した場合は、

紹介元に対しても、相手の課題や、人柄等をヒアリングする



提案資料の中に、相手の名前や相手専用のページを挿入する

2. オーダメイド提案のために押さえておくべき項目

✓ 商談時にデモ画面を見せる or 実際に操作してもらう

✓ 相手と共通点がある他社の事例を提案資料に追加する

✓ サービスを利用して得られる成果のシミュレーションを提示する

シミュレーションに記載する内容の例



どのくらいの
期間が必要か



メンバーのリソースを
どのくらい使うか



どのような行動を
すればいいのか



どのくらいの
成果が見込めるのか

✓ 今後のサービス運用や、サポート窓口になるメンバーに、どのように運用できそうか等をヒアリングし資料に追加する or 該当するメンバーを商談に同席させる

決裁者マッチング支援サービスチラCEOのご案内

- 概要**
- **審査を通過した6,000名の決裁者**に直接メッセージを送れるツール
 - メッセージ送信対マッチング率は**平均15%**
 - **年間1万件以上**のマッチングを創出
 - 登録者の**80%以上は代表取締役**
 - カスタマーサクセスがマッチングから商談までをサポートします。*



多数の成長・大手企業にご利用いただいております



FORCAS



*プランによりサポート内容に変動あり

“

最後に



決裁者が商談時に重要視している2つのことをご紹介します。

これらのポイントを意識して、決裁者商談に臨んでみてください。

ただ大前提として、決裁者と会う機会の数を増やすことも重要です。

ポイントが分かって、

そもそも決裁者との商談の機会がなければ実践できませんし、

ポイントを深く理解することもできません。

オンリーストーリーでは、

決裁者限定のマッチングプラットフォームを運営しています

「決裁者商談を増やしたい」という方は

是非下記ボタンよりお問い合わせください。

[チラCEOについて相談する](#)

